

## REVELA, CONFESSA, DISPARA... O EU SOB O PARADIGMA DA VISIBILIDADE MIDIÁTICA

Francisco Vieira da SILVA

*Universidade Federal da Paraíba - UFPB*

**Resumo:** Objetivamos neste texto discutir a contínua publicização na mídia de aspectos concernentes à vida privada dos sujeitos. Nesse sentido, tomamos como principal aporte investigativo o conceito de enunciação aforizante (MAINGUENEAU, 2010), aliado à constatação de que a mídia, em suas diferentes configurações, traz à tona inúmeros dizeres que circundam aspectos relativos ao ambiente privado das relações sociais. Assim, falar sobre si na mídia redundava em dissertar sobre a vida íntima, (re)desenhando um cenário sócio-histórico em que o privado ocupa um lugar de destaque na produção discursiva midiática. Nessa abordagem descritivo-interpretativa de natureza qualitativa, tomamos como materialidade para estudo títulos de notícias veiculadas pelo site Ego, as quais espetacularizam a intimidade de sujeitos que, em alguma medida, estão no alvo da mídia. A análise evidencia que, a partir do conceito de enunciação aforizante, podemos vislumbrar indícios de uma intimidade que se desvela e se destaca por meio de discursos que são mobilizados pela mídia, a fim de produzir sentidos relativos a um *show* cotidiano da vida íntima.

**Palavras-chave:** enunciação aforizante. Mídia. Discurso.

## REVEAL, CONFESS, DISCHARGE... THE I OVER THE MEDIATIC VISIBILITY PARADIGM

**Abstract:** Our objective in this text is to discuss the continuous publicizing on media of aspects concerned to the private life of subjects. In this sense, we take as the main investigative base the concept of aphorizing enunciation (MAINGUENEAU, 2010), allied to the evidence that the media, on its different configurations, brings various sayings that circle aspects related to the private environment of social relations. Thus, talking about oneself on media overflows on disserting about the intimate life, (re)drawing a socio-historical scenery in which the private occupies a prominent place on the mediatic discursive production. In this descriptive-interpretative approach of qualitative nature, we take as materiality to study some titles of news published by the website Ego, which dramatized the intimacy of subjects that, somehow,

are target of media. The analysis shows that, considering the concept of aphorizing enunciation, we can discern indications of an intimacy that is revealed and emphasized through discourses that are mobilized by the media, with the intention to produce senses related to a daily show of the intimate life.

**Key-words:** aphorizing enunciation; media; discourse.

## REVELA, CONFIESSA, DISPARA... AUTO BAJO EL PARADIGMA DE LA VISIBILIDAD MEDIÁTICA

**Resumen:** Nuestro objetivo en este trabajo para discutir la publicidad constante en los medios de comunicación los aspectos relacionados con la vida privada de las personas. En este sentido, se toma como principal contribución al concepto de investigación que hablasen aforizante (MAINGUENEAU, 2010), junto con el hallazgo de que los medios de comunicación, en sus diferentes configuraciones trae a colación numerosos dichos rodean los aspectos del entorno privado de las relaciones sociales. Por lo tanto, hablar de sí mismos en las redonda medios para hablar de la vida interior, (re) diseño de un contexto socio-histórico escenario en el que el sector privado ocupa un lugar destacado en los medios de producción discursiva. En este enfoque descriptivo-interpretativo de naturaleza cualitativa, estudiamos cómo los titulares de materialidad sitio Ego transmitidas, que espetacularizam la privacidad de los individuos que, en alguna medida, son el objetivo de los medios de comunicación. El análisis muestra que, a partir del concepto de aforizante enunciación, podemos ver la evidencia de una intimidad que se desarrolla y se destaca a través de los discursos que se movilizan por los medios de comunicación a fin de dar paso a un espectáculo de la vida cotidiana íntima.

**Palabras clave:** aforizante enunciación. Medios de comunicación. Discurso.

### INTRODUÇÃO

“Não se consegue escrever algo sobre si mesmo que seja mais verdadeiro do que se é. Essa é a diferença entre escrever sobre si mesmo e escrever sobre objetos externos. Escreve-se sobre si mesmo da sua própria altura, não apoiado em muletas ou sobre andaimes, mas sobre os pés descalços.”  
(Wittengstein)

Atualmente, temos assistido a uma contínua e incessante exposição na mídia de diferentes aspectos que outrora estavam restritos ao ambiente privado das relações sociais. Nesse sentido, podemos citar, por exemplo, as confissões, os segredos e as fotografias que

anteriormente estavam circunscritas ao domínio da intimidade e hoje se exibem despididamente nos mais diversos canais midiáticos. Seja nos programas de televisão, seja nos *blogs* ou nas redes sociais, os sujeitos sociais são frequentemente impelidos a adentrarem a ordem discursiva midiática e, para tanto, não se ruborizam ao confessarem fatos forçosamente atrelados à vida íntima, como forma de estarem na mira da mídia, desfrutando das benesses que essa condição pode possibilitar. A produção de discursos sobre si na atualidade está voltada de maneira fulcral a uma exibição tão característica dos tempos atuais. Assim, se antes, num processo de privatização que emerge principalmente a partir do século XVI, consubstanciado por meio de uma necessidade de se isolar, de se conhecer melhor através da escrita (ARIÈS, 2010), subsistia um interesse genuíno de não se mostrar aos olhares insidiosos dos outros, podemos constatar nos dias de hoje justamente o oposto disso, ou seja, uma necessidade de exhibir-se em consonância com os interstícios da sociedade espetacularizada (DEBORD, 2003), em que as fronteiras entre o público e o privado são paulatinamente confundidas.

Dentre os diferentes recursos linguístico-discursivos demandados pela mídia para dar vazão aos discursos sobre a vida privada, encontramos com recorrência a aparição do discurso direto de sujeitos que declararam fatos “relevantes” de suas intimidades que merecem ser publicizados. Em alguns casos, esses discursos são destacados de tal modo que ganham uma existência paralela aos textos que os originaram, caracterizando assim o fenômeno da enunciação aforizante, conforme defende Maingueneau (2010; 2011). Segundo esse autor, os enunciados destacados, aqueles que acabam se sobressaindo sobre o restante de uma dada porção discursiva, decorrem de um regime de enunciação específico, ao qual ele propõe chamar de enunciação aforizante. Nas palavras de Maingueneau (2010, p.14): “a enunciação aforizante implica a utopia de uma fala viva sempre disponível, que atualiza o ‘memorável’: enunciando e mostrando que enuncia, ela se dá como parte de uma repetição constitutiva.” Assim, os enunciados que estampam o título de inúmeras notícias acerca da intimidade das celebridades, por exemplo, adquirem um valor de verdade, a partir da destacabilidade em que aparecem, vivificando a voz dos que os proferiram, rememorando-os, trazendo-os à cena midiática, ao mesmo tempo em que se espetaculariza a privacidade de tais sujeitos.

Tomamos como materialidade para análise títulos de notícias publicadas no *site* Ego[1] que, em alguma medida, tratam da intimidade dos sujeitos midiáticos; estes, por seu turno, envolvem desde personalidades já conhecidas do público até as semicelebridades instantâneas que pululam na mídia imbuídas pela aura da visibilidade contemporânea. Acreditamos que a utilização da enunciação aforizante por determinados canais midiáticos ancora a publicização de confissões concernentes ao campo da vida íntima, marcando-as linguística e discursivamente. Nessa medida, o conceito de enunciação aforizante constitui uma via de acesso que nos permitirá entrever umas das múltiplas facetas de um fenômeno bem mais amplo e complexo que recobre o intermitente desvelar da privacidade na instância midiática, ao mesmo tempo que nos filia à concepção de discurso proveniente dos últimos escritos de Pêcheux (2006), para quem o discurso compreende a materialidade (estrutura) e a interlocução constitutiva com a historicidade (o acontecimento).

#### **ENUNCIÇÃO AFORIZANTE, DISCURSO E MÍDIA**

“Joguemos, se quiser, o jogo dos enunciados: eles surgem assim, uns serão rejeitados, outros serão aceitos.” (Michel Foucault)

O conceito de enunciação aforizante, de acordo com o que postula Maingueneau (2010), relaciona-se de forma direta com um determinado regime de enunciabilidade. Ao caracterizar a enunciação aforizante, esse autor diferencia tal noção da enunciação textualizante. O que ele pretende demonstrar com isso é que, nos mais variados gêneros discursivos, as formas pelas quais emergem a subjetividade na linguagem podem mudar, dependendo do regime de enunciação. Assim, na enunciação textualizante a instância subjetiva é fundamentalmente “descentrada” (MAINGUENEAU, 2010), ao passo que, na enunciação aforizante, a enunciação tende a ser monológica, uma vez que o sujeito objetiva furta-se da heterogeneidade inerente a todas as manifestações da atividade discursiva. Os discursos aforizantes, nessa perspectiva, tendem a adquirir uma carga de verdade que os diferencia dos demais, já que os sujeitos-produtores são continuamente nomeados. A função-autor, conforme aponta Foucault (1992), está delimitada por meio de um nome, com vistas a

validar esse discurso. Em suma, os discursos aforizantes parecem adquirir uma existência própria, destacando-se dos textos dos quais provêm.

Um aspecto apontado por Maingueneau (2010) em relação à enunciação aforizante e que faz parte das características do gênero notícia, principalmente daquelas veiculadas pela mídia digital, diz respeito ao fato de aparecer nesses textos a fotografia do rosto do sujeito-produtor das aforizações pessoais. De acordo com Maingueneau (2010, p.16), o rosto tem duas propriedades notáveis:

- (1) é a única parte do corpo considerada capaz de identificar o indivíduo como distinto de qualquer outro.
- (2) é no imaginário profundo, a sede do pensamento e dos valores transcendentais.

Com efeito, ao vir junto às aforizações pessoais, a fotografia demarca o discurso, operando uma memória (PÊCHEUX, 1999) que dirige o olhar e produz efeitos de sentido que ratificam os discursos produzidos e, em alguns casos, traz à tona outros já-ditos, ainda que de forma subliminar. Essa heterogeneidade continuamente sufocada pelo sujeito enunciador denuncia o fato de existir “algo de estrangeiro da/na linguagem que enfeixa nossa condição e consente que sejamos heterogêneos” (ROMÃO, 2012, p. 300). Assim, toda a discussão sobre a produção dos discursos acaba desaguando nessa condição constitutiva da linguagem que está na base de toda e qualquer manifestação languageira. Os discursos aqui concebidos como aforizantes não escapam dessa constatação exaustivamente alardeada pelos estudos linguísticos desde meados dos anos de 1980, embalados pela perspectiva teórica defendida por Authier-Revuz (2004).

No caso da enunciação aforizante, o sujeito que enuncia se põe acima das restrições deste ou daquele gênero do discurso. Dessa maneira, “ele supostamente enuncia sua verdade, subtraída qualquer negociação, exprime uma totalidade vivida: seja uma doutrina ou uma certa concepção de existência” (MAINGUENEAU, 2011, p.43). De fato, alguns enunciados adquirem um *status* de palavra-slogan, de modo a procurar exprimir um discurso que se

ancora numa pretensa verdade incontestável. As declarações evidenciadas na mídia que se materializam por meio da enunciação aforizante no fundo se pautam nessa perspectiva; o tão propalado “disse, tá dito!” encontra eco nessa forma de produzir discursos. As polêmicas surgidas através dessas declarações, não raro referentes à vida íntima dos sujeitos, fazem circular esses discursos de maneira vertiginosa. Em alguns casos, os pedidos públicos de desculpa, quando as declarações ofendem uma pessoa física ou uma instituição, malogram, já que é como se o sujeito não tivesse o direito de se retificar, haja vista o fato de esses discursos terem circulado com demasiada intensidade e/ou reverberado noutros veículos midiáticos.

Seguindo esse raciocínio argumentativo, Benites (2011) distingue dois tipos de enunciações aforizantes: as *sentenciosas* e as *personais*. As *sentenciosas* dizem respeito aos provérbios, ditados, adágios e *slogans*, enunciações generalizantes essencialmente anônimas. As *personais*, por sua vez, não são necessariamente generalizantes e são atribuídas a indivíduos específicos cujos nomes próprios não cessam de aparecer. Na mídia, tais enunciações muitas vezes ultrapassam a barreira do tempo e ganham destaque em contextos específicos, sendo lembrados na posteridade. Enunciados como “relaxa e goza” que, num determinado momento foi proferido por Marta Suplicy,<sup>[2]</sup> não deixa de ser rememorado pela mídia, quando decide, por exemplo, trazer à tona enunciados polêmicos historicamente determinados.

#### **DIZER PARA SER VISTO: IDIOSSINCRASIAS DA INTIMIDADE NA MÍDIA**

“Parece que só na vida é que há ficção.”  
(Mário Quintana)

A intimidade, aqui entendida como um conjunto de elementos que abarca a *psique* e a interioridade do sujeito foi durante muito tempo resguardada dos olhares alheios, congenitamente vinculada ao âmbito privado das relações sociais. Considerava-se, pois, que essa vida íntima “[...] tão preciosa e delicada [...] feneceria se fosse exposta às duras realidades do mundo social e que só poderia florescer na medida em que fosse protegida e isolada” (SENNETT, 2002, p.16). Nos dias de hoje, essa constatação já não encontra tanto respaldo, em função da paulatina e incessante produção de discursos que envolvem aspectos da intimidade

nos diversos veículos midiáticos. Para tanto, essa intimidade é tornada pública de maneira que já não causa grandes alvoroços, como se essa modificação na forma de lidar com o par público/privado não estivesse atrelada a uma série de contingências sócio-históricas que incidem de modo incisivo na criação de subjetividades voltadas prioritariamente para uma exterioridade. A naturalidade com que essa produção discursiva é encarada na atualidade evidencia uma certa estratégia mobilizada pela mídia no processo de cristalização de sentidos e de circulação de discursos.

Atentamos, a seguir, para os títulos de notícias oriundas do *site* Ego, os quais põem em relevo a vida privada dos sujeitos e apresentam uma dada regularidade enunciativa que merece ser investigada:

1. 'Eu não sou gay, às vezes bi', revela Antônia Fontenelle em rede social (Ego, 18/06/2013)
2. Andressa revela aventura ousada: 'Já fiz sexo no cinema. Aconteceu' (Ego, 18/05/2013)
3. Ex-BBB Marien revela transas em lugares inusitados: 'Estimulante' (Ego, 20/02/2013)
4. 'Quanto mais velho, melhor' diz Musa do Parintins no Papparazzo (Ego, 21/06/2013)
5. Aos 68 anos, Eike Maravilha dispara: 'Sexo não me faz a menor falta' (Ego, 12/06/2013)

Na sequência de títulos supracitada, podemos apontar uma recorrência do ponto de vista temático que incide sensivelmente na constituição dos dizeres produzidos. Assim, a remissão à sexualidade dos sujeitos é uma constante em muitos discursos que recortam o campo da intimidade na mídia, se entendermos que a sexualidade insere-se nas fronteiras desse campo. As revelações que se referem às questões da sexualidade constituem um foco predileto de *sites* como o Ego, o qual se ocupa em noticiar fatos a respeito das pessoas famosas e/ou daquelas que insistem em galgar um espaço no disputado mundo da fama.

Alguns enunciados situados no âmbito da aforização, conforme assinala Maingueneau (2010), podem facilmente ser repetidos como manchete ou intertítulo. É exatamente isso que ocorre com os enunciados anteriormente explicitados, na medida em que aqueles se constituem títulos de notícias e/ou pequenas notas informativas, tendo como característica peculiar a emergência do discurso citado de sujeitos que revelaram algo de suas vidas privadas. Nesse contexto, a recorrência de alguns verbos *dicendi*, isto é, os verbos que introduzem o discurso do outro (a exemplo de revelar, disparar e nos exemplos a seguir, confessar) fazem ressoar efeitos de sentido relativos ao campo do secreto, insinuando que tais informações foram obtidas por meio de confissões nas quais os sujeitos foram inquiridos a dizer a verdade sobre si, e o fato de ter conseguido “arrancar” essas revelações é um motivo que justifica e deflagra a publicização dessas informações na mídia. Especificando os efeitos de sentido que emergem dos verbos *dicendi*, é preciso destacar que verbos como *revelar* apresentam toda uma conotação relativa a “tirar o véu”, descobrir, tornando conhecido o que outrora estava oculto. Já o verbo confessar condensa uma carga semântica concernente a “declarar, revelar, reconhecer” (CUNHA, 2007, p.205) e que se liga inextricavelmente ao campo da confissão, seja na esfera religiosa, jurídica ou mesmo pedagógica, conforme historiciza Foucault (1999). O que queremos argumentar, pois, é que a seleção lexical desses verbos incide de modo decisivo sobre a constituição do discurso citado. Trata-se de confissões, revelações vindas à tona na/pela mídia e, com isso, ocorre a espetacularização desses dizeres.

Parece-nos sintomática a forma como os sujeitos alijam-se de suas inquietações e segredos concernentes à sexualidade, tendo a mídia como uma instância em que se deposita toda a confiança. Desse modo, se antes as confissões eram endereçadas a um sacerdote, a um amigo próximo ou a uma divindade, hoje a mídia assume essa posição. Fazendo uma breve digressão para refletirmos, por exemplo, como a mídia televisiva atua no sentido de criar uma proximidade com os sujeitos midiáticos, é conveniente citarmos as palavras de Sarlo (2004, p.54): “Como os solitários que vão à televisão em busca de namoradas, os esquecidos e rejeitados procuram nela o sentido que não encontram em outra parte”. Importante reconhecer que muitas notícias que circulam na rede digital são reverberações de declarações proferidas em entrevistas de programas de TV. Sob essa lógica, é possível que as revelações

materializadas através da enunciação aforizante anteriormente expressas sejam provenientes do gênero entrevista muito provavelmente veiculado pela mídia televisiva.

Instados a dizer a verdade sobre a sexualidade, os sujeitos não hesitam em fazer afirmações categóricas sobre as aventuras sexuais ('já fiz sexo no cinema'), sobre a idade dos parceiros ('quanto mais velho, melhor'), sobre a orientação sexual ('não sou gay, às vezes bi') ou ainda acerca da frequência com que pratica atividades sexuais ('sexo não me faz a menor falta'). Nesses casos, o uso do discurso direto traz à tona o enunciado produzido pelo sujeito que constitui uma revelação pontual a respeito de si, uma vez que se refere a aspectos intimamente atrelados à vida privada. Esse recurso linguístico-discursivo não é autônomo por natureza (MAINGUENEU, 2010), por mais que pretenda sê-lo, já que se liga a condições de possibilidades que permitem a sua emergência. Noutras palavras, para que haja a aparição desse tipo de discurso sobre si na mídia, foi necessária uma série de mudanças sócio-históricas que incutiram sobre a clássica distinção das fronteiras entre o público e o privado. Essa constatação corrobora a definição de discurso propugnada por Pêcheux (2006), que concebe o discurso como a conjunção indissolúvel da estrutura (materialidade discursiva) com o acontecimento (relação com a exterioridade).

Analisemos em seguida mais alguns títulos, no intuito de apontarmos para uma descrição/interpretação dos discursos sobre si na mídia, tendo como norte a noção de enunciação aforizante:

6. 'Podia ter me perdido quando jovem', revela Tiago Lacerda (Ego, 06/04/2013)

7. 'Meu casamento com o Márcio é a arte do encontro', define Cláudia Leite (Ego, 09/06/2013)

8. 'Na época da banheira, colocaram a mão lá dentro', diz Solange Gomes (Ego, 29/10/2012)

9. 'A depressão durou 3 anos', confessa Buchecha em programa de TV (Ego, 08/11/2012)

10. Kelly Key posa com os filhos e revela: ‘Estão loucos por um irmão’ (Ego, 08/05/2013)

Nos títulos acima, é possível constatar a existência de enunciados destacáveis, uma vez que são passíveis de serem destacados de um discurso, graças à posição em que se encontram, à ideia de definição ou generalização explicitada por tais enunciados (BENITES, 2011). Nesse ínterim, a definição do casamento de Cláudia Leitte ou a confissão da duração de uma crise depressiva vivenciada pelo cantor Buchecha indiciam essa característica dos enunciados destacáveis e, por conseguinte, da enunciação aforizante. São enunciados que encerram em torno de si informações inalienáveis acerca da privacidade de sujeitos que estão, em alguma medida, na mira da mídia. Ressaltamos ainda o fato de esses enunciados condensarem fatos relativos à história pessoal dos sujeitos, a exemplo da declaração do ator Thiago Lacerda a respeito de sua tendência de seguir por caminhos tortuosos no período da adolescência, ou a lembrança de Solange Gomes acerca da sua experiência no quadro “A Banheira do Gugu” – grande sucesso de audiência do programa de Gugu Liberato, nos anos de 1990. Esses fatos, vindos a público depois de certo tempo em que ocorreram, desvelam uma peculiaridade de determinado tipo de mídia interessada em perscrutar a história pessoal dos sujeitos midiáticos, com vistas a propor uma espécie de autorreflexividade (SARLO, 2004), em que a própria mídia volta-se sobre si mesma, para a constituição de uma memória midiática, a qual atualiza outros discursos.

Discutimos nessa publicização da vida privada os recursos linguístico-discursivos instauradores de uma espetacularização corporificada nos discursos aforizantes, os quais se marcam principalmente através dos títulos de notícias que objetivam chamar a atenção do leitor-navegador atraído pelas inúmeras possibilidades existentes no (ciber)espaço.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

“Tornamo-nos não mais espectadores alienados e passivos, mas figurantes interativos, gentis figurantes mumificados

desse imenso *reality show*.” (Jean Baudrillard)

Sob o paradigma da visibilidade midiática, investigamos o funcionamento dos discursos sobre si num determinado veículo midiático, tomando como principal aporte teórico a noção de enunciação aforizante (MAINGUENEAU, 2010; 2011). Desse modo, lançamos um gesto de leitura sobre títulos de notícias que circularam no *site* Ego e que versavam sobre a vida íntima de determinados sujeitos, os quais têm a imagem atrelada, em maior ou menor grau, à própria mídia. Trata-se de sujeitos que se constituem como tais a partir de um contínuo retorno aos canais midiáticos.

Ademais, a enunciação aforizante nos discursos sobre si na mídia, conforme já defendemos, converge para a discussão pechextiana de que o discurso se constitui a partir da imbricação da estrutura com o acontecimento. Pensando que a enunciação aforizante representa um dos recursos da materialidade discursiva, a aparição dos discursos sobre si na mídia, por seu turno, atrela-se à relação necessária com a historicidade, com o acontecimento.

Assim, a partir da enunciação aforizante, foi possível entrever que a utilização de enunciados destacáveis nos títulos das notícias analisadas constitui um recurso linguístico-discursivo que delinea uma série de discursos voltada a uma espetacularização do eu na mídia. A recorrência do discurso direto corporificando a existência de aforismos ligados a aspectos da vida íntima, cuja diversidade temática abarca a sexualidade, a família e as histórias de vida dos sujeitos, emoldura toda uma cenografia em que o privado ocupa uma posição preponderante. Podemos entender, com isso, que o discurso direto expõe o sujeito enunciator. A reprodução literal do dito produz efeitos de sentido atrelados a uma pretensa ‘verdade’ ou ‘fidelidade’ ao mesmo tempo em que lança toda a responsabilidade sobre aquele que diz. O outro, aqui representado como o sujeito que declarou algo de si na mídia, é constantemente espetacularizado pelo sujeito produtor da notícia.

As notícias propagadas no ambiente digital, por sua vez, trazem à baila acontecimentos provenientes de outros veículos midiáticos, corroborando, pois, o fato de a

exposição da intimidade ser um fenômeno que transcende as fronteiras da *web*. Analisar os discursos advindos desse fenômeno pode ser de fundamental relevância na problematização das especificidades do sujeito contemporâneo, marcado pela preocupação com suas histórias de vida e emoções particulares (SENNETT, 2002). Nesse sentido, a análise aqui esboçada constitui uma centelha na imensidão de discursos concernentes à sucessiva e inalcançável publicização da intimidade nas instâncias midiáticas.

## REFERÊNCIAS

ARIÈS, P. Por uma história da vida privada. In: CHARTIER, R. (Org.). *História da vida privada 3: da Renascença ao Século das Luzes*. Trad. Hildegard Feist. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

AUTHIER-REVUZ, J. *Entre a transparência e a opacidade: estudo enunciativo do sentido*. Trad. L. B. Barsiban & V. N. Flores. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

BAUDRILLARD, J. *Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Trad. Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 1999.

BARACUHY, R. “Relaxa” e “goza”: enunciado, memória e poder nas lentes da mídia. In: GAMA-KHALIL, M.; STAFUZZA, G.; FRANÇA, T. M. *Análise do discurso: sujeito e subjetividade*. Uberlândia: EDFU, 2008.

BENITES, S. L. Veja essa: destaque e comentário. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Orgs.). *Fórmulas discursivas*. São Paulo: Contexto, 2011.

CUNHA, A. G. *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Lexicon Editora Digital, 2007.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. E-book digitalizado por Coletivo Periferia e E-Books Brasil, 2003.

FOUCAULT, M. *O que é um autor?* Trad. António F. Cascais e Eduardo Cordeiro. Lisboa: Passagens, 1992.

\_\_\_\_\_. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Trad. Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 1999.

\_\_\_\_\_. Entrevistas. In: DROIT, R. P. *Michel Foucault, entrevistas*. Trad. Vera Porto-Carrero e Gilda Gomes Carneiro. Rio de Janeiro: Graal, 2006.

MAINGUENEAU, D. *Doze conceitos em Análise do Discurso*. Trad. Adail Sobral. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

\_\_\_\_\_. A aforização proverbial e o feminino. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Orgs.). *Fórmulas discursivas*. São Paulo: Contexto, 2011.

PÊCHEUX, M. Papel da Memória. In: ACHARD, P. *et al. Papel da Memória*. Campinas: Pontes, 1999.

\_\_\_\_\_. *Discurso: estrutura ou acontecimento*. 4. ed. Trad. Eni Pulcinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 2006.

QUINTANA, M. *A vaca e o hipocrifo*. 3. ed. São Paulo: Globo, 2006.

ROMÃO, L. M. S. Rios de dizer: foz e nascente nas tramas da linguagem. In: ROMÃO, L. M. S.; GALLI, F. C. S.; FERRAZI, L. (Orgs.). *Cadernos do E-I@dis – nas bordas da rede*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2012.

SARLO, B. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. 3 ed. Trad. Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2004.

SENNETT, R. *O declínio do homem público: as tiranias da intimidade*. Trad. Lygia Araujo Watanabe. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

WITTENGSTEIN, L. A arte de citar. In: GIANNETTI, E. *O livro das citações: um breviário de ideias replicantes*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

### **Francisco Vieira da SILVA**

Graduado em Letras pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Especialista em Ciências da Linguagem aplicadas à Educação a Distância (CLEAD) pela Universidade Federal da Paraíba

(UFPB) e Mestre em Letras pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Atualmente, é doutorando do Programa de Pós-graduação em Linguística (PROLING) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Atua, principalmente, nas seguintes temáticas: Análise do Discurso, mídia e discurso, construção de identidades, bem como a formação de professores numa perspectiva discursiva. Membro do CIDADI- Círculo de Discussões em Análise do Discurso

### NOTAS DE FIM

[1] Disponível em: <<http://ego.globo.com/>>. Acessamos esse *site* diversas vezes no mês de agosto de 2013 e procuramos no item “mais notícias” as diversas notícias acerca dos famosos que ficam registradas nesse endereço eletrônico, mesmo após certo tempo de veiculação. Nesse sentido, as notícias coletadas foram divulgadas em meses distintos no período que vai do segundo semestre de 2012 até meados de agosto do ano em curso.

[2] Sobre essa questão, cf. Baracuhy (2008).